



TIỀN PHONG TRONG NGÀNH SỮA VIỆT NAM

Giới Thiệu Doanh Nghiệp

Bản cập nhật mới nhất: 01/06/2026

TỔNG QUAN ĐẦU TƯ - VINAMILK

Đầu tư ngành sữa Việt Nam với lợi nhuận bền vững, dòng tiền dồi dào và dư địa tăng trưởng chọn lọc



Thống lĩnh thị trường

Doanh nghiệp sữa hàng đầu Việt Nam, thuộc Top 36 toàn cầu về quy mô doanh thu, với độ nhận diện thương hiệu cao và mạng lưới phân phối rộng khắp toàn quốc



Lợi nhuận bền vững

Duy trì biên lợi nhuận ổn định ngay cả khi nhu cầu tiêu dùng suy yếu nhờ lợi thế quy mô và quản trị chi phí chặt chẽ



Nền tảng tài chính vững mạnh

Bảng cân đối kế toán lành mạnh, đảm bảo cổ tức ổn định đồng thời duy trì đầu tư cho tăng trưởng



Tăng trưởng chiến lược

Vinamilk tiếp tục đẩy mạnh chiến lược cao cấp hóa, đồng thời mở rộng hiện diện quốc tế và khai thác các cơ hội tăng trưởng mới



- 1 | **Tổng Quan Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam**
- 2 | **Vinamilk: Vị Thế Tiên Phong Vượt Trội**
- 3 | **Các Lợi Thế Cạnh Tranh | Củng Cố Vị Thế Dẫn Đầu**
- 4 | **Chiến Lược & Động Lực Tăng Trưởng**
- 5 | **Kết Quả Tài Chính & Thu Nhập Cổ Đông**



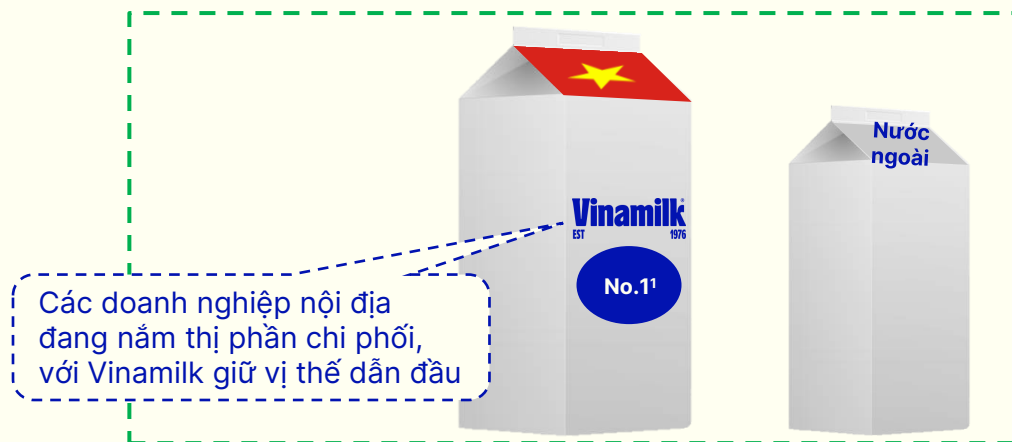
01

Tổng Quan Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam

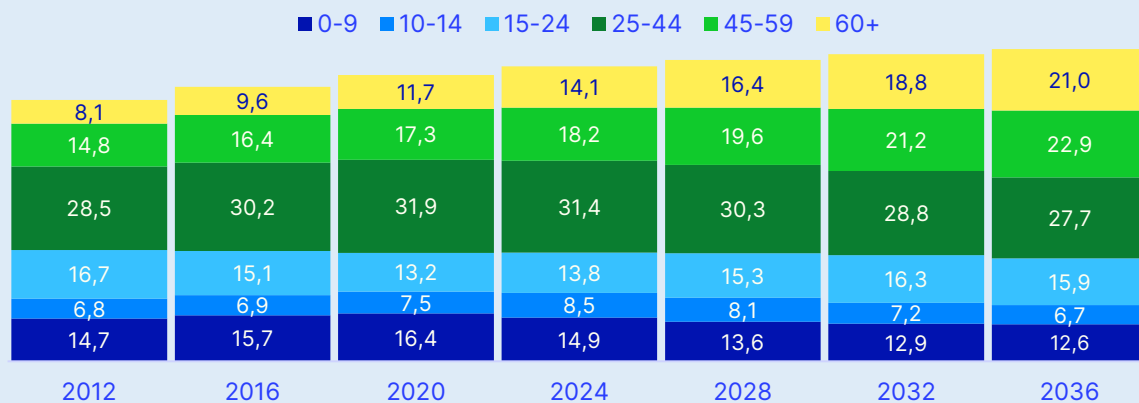
Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam

Một thị trường sôi động cỡ quy mô 5 tỷ USD mỗi năm

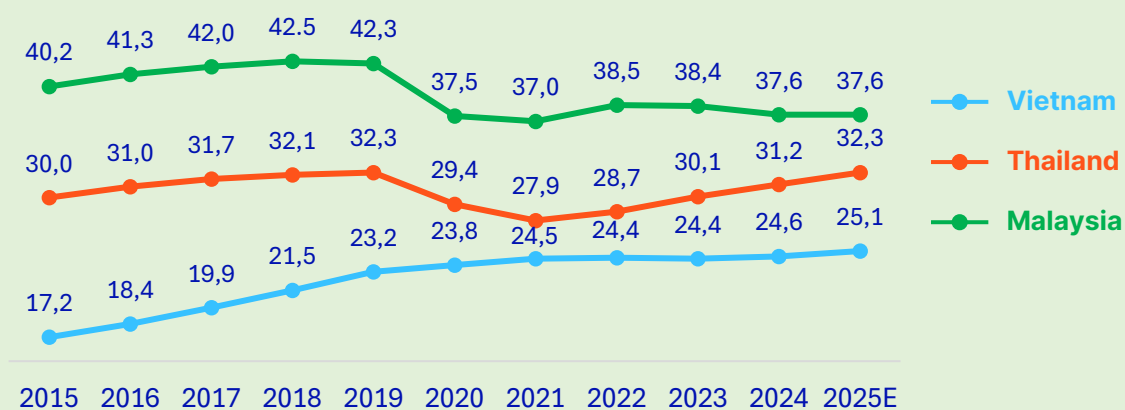
Vị thế trên thị trường



Giai đoạn dân số vàng được dự báo duy trì thêm một thập kỷ (triệu người)²

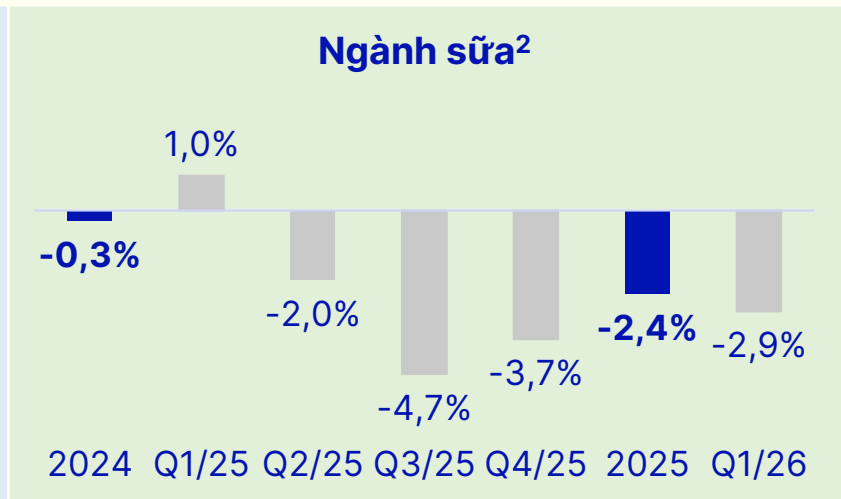
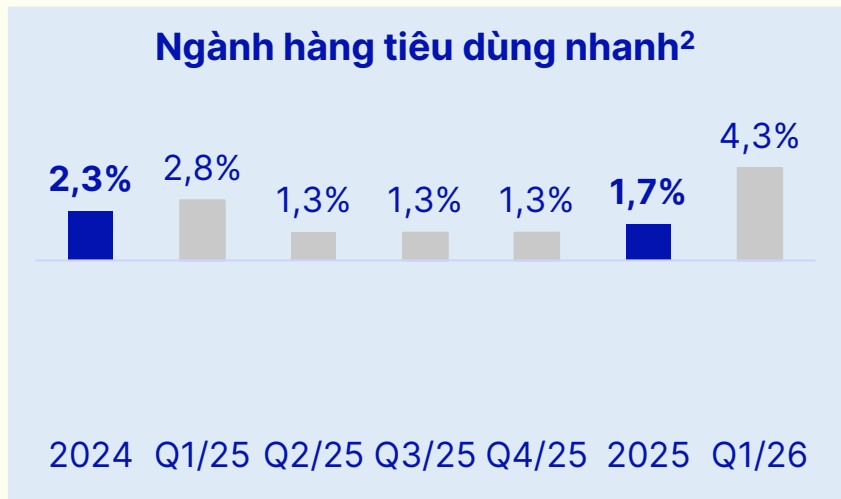
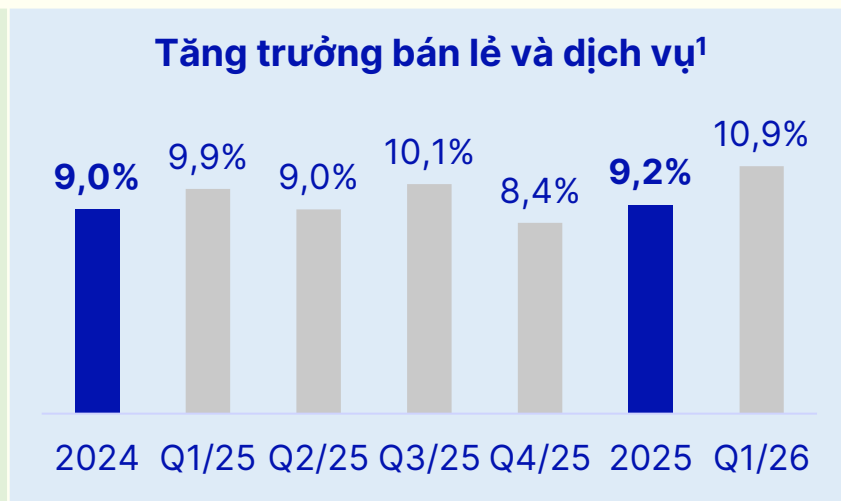
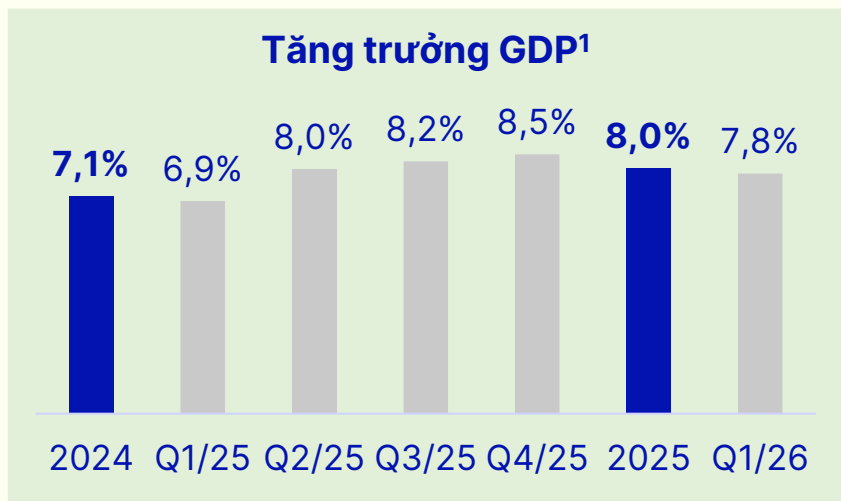


Tiêu thụ sữa tại Việt Nam thấp hơn nhiều so với các nước trong khu vực³



Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam

FMCG tăng trưởng khiêm tốn, trong khi ngành sữa vẫn khá trầm lắng



Điểm nhấn:

- **Tăng trưởng ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG)** năm 2025 trì trệ, nhưng đã phục hồi đáng kể trong quý 1/2026.
- **Ngành sữa** tiếp tục đối mặt với khó khăn do sức mua yếu.
- Mặc dù nhu cầu trong ngắn hạn vẫn còn trầm lắng, các xu hướng mang tính cấu trúc như nâng cao nhận thức về sức khỏe, dinh dưỡng cá nhân hóa và sự ưu tiên đối với các thương hiệu nội địa đáng tin cậy tiếp tục có lợi cho các doanh nghiệp dẫn đầu thị trường quy mô lớn, với bảng cân đối tài chính vững mạnh và năng lực đổi mới cao.

Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam

Triển vọng dài hạn của ngành sữa cho thấy tiềm năng tăng trưởng dồi dào

MỤC TIÊU 2030

12-14%/năm

Tăng trưởng ngành sữa bình quân hàng năm

4,2 tỷ lít

Sản lượng sữa lỏng chế biến

2,6 tỷ lít

Sản lượng sữa tươi nguyên liệu trong nước (Đáp ứng 60-65% nhu cầu)

245.000 tấn

Sản lượng sữa bột năm (tăng trưởng 7-8% năm)

40 lít/người

Mức tiêu thụ bình quân sữa, sản phẩm sữa

TẦM NHÌN 2045

5-6%/năm

Tốc độ tăng trưởng ngành sữa bình quân

9,7 tỷ lít

Sản lượng sữa lỏng chế biến

8 tỷ lít

Sản lượng sữa tươi nguyên liệu trong nước (Đáp ứng 80-85% nhu cầu)

415.000 tấn

Sản lượng sữa bột năm (tăng trưởng 3-4% năm)

100 lít/người

Mức tiêu thụ bình quân sữa, sản phẩm sữa



02

Vinamilk: Vị Thể Tiên Phong Vượt Trội

VỀ Vinamilk

Vị thế lý tưởng để nắm bắt các cơ hội dài hạn trên thị trường

1976

Thành lập

2003

Phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng (IPO)

2005

Xây dựng hệ thống trang trại bò sữa đầu tiên tại Việt Nam

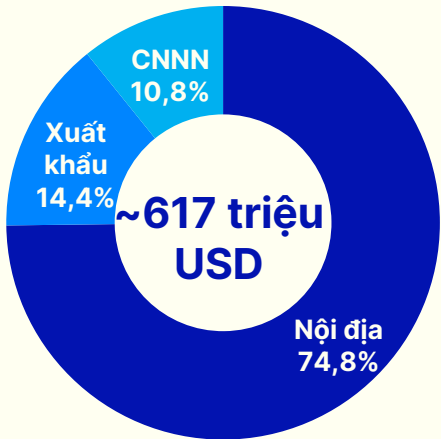
2023-2026

Tái định vị thương hiệu & Top 5% thương hiệu mạnh nhất toàn cầu

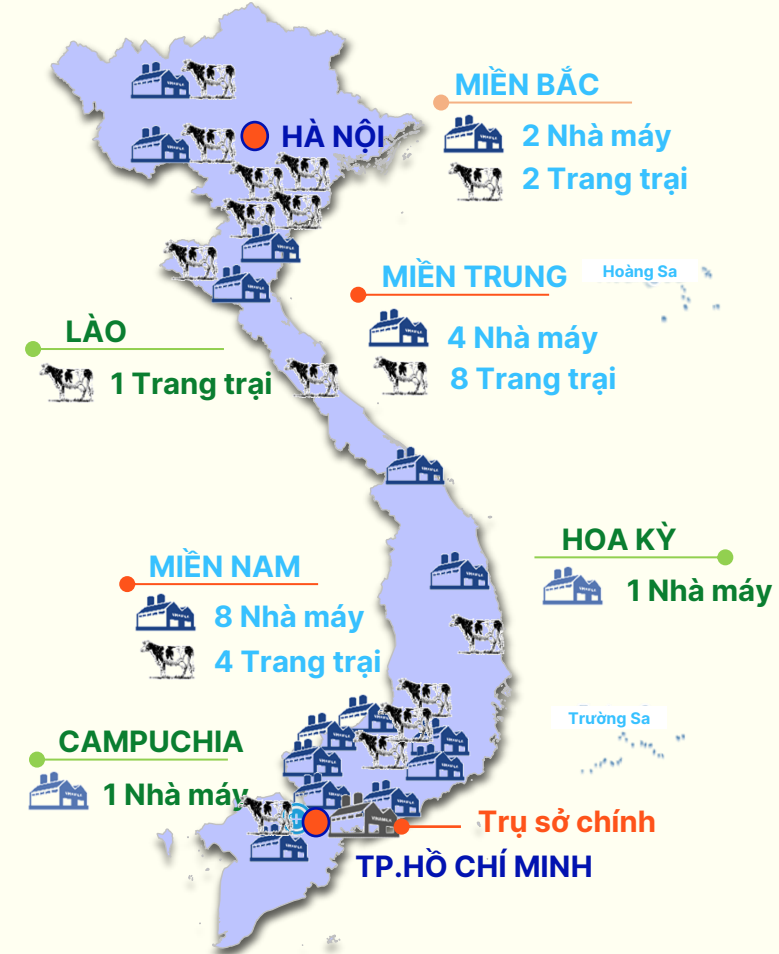
2013-2014

Mở rộng chiến lược tại Campuchia và Hoa Kỳ để tăng cường hiện diện quốc tế

Doanh thu theo khu vực¹



15 Trang trại bò sữa	130K Số lượng bò sữa đang khai thác	3 TỶ USD Giá trị thương hiệu ²
17 Nhà máy	65 Quốc gia xuất khẩu	~10K Nhân viên



VỀ Vinamilk

Định hướng phát triển và các cam kết cốt lõi



Tầm nhìn

- Trở thành biểu tượng niềm tin hàng đầu Việt Nam về sản phẩm dinh dưỡng và sức khỏe phục vụ cuộc sống con người



Sứ mệnh

- Cam kết mang đến cho cộng đồng nguồn dinh dưỡng và chất lượng hàng đầu bằng chính sự trân trọng, tình yêu và trách nhiệm cao của mình với cuộc sống con người và xã hội



Lời hứa

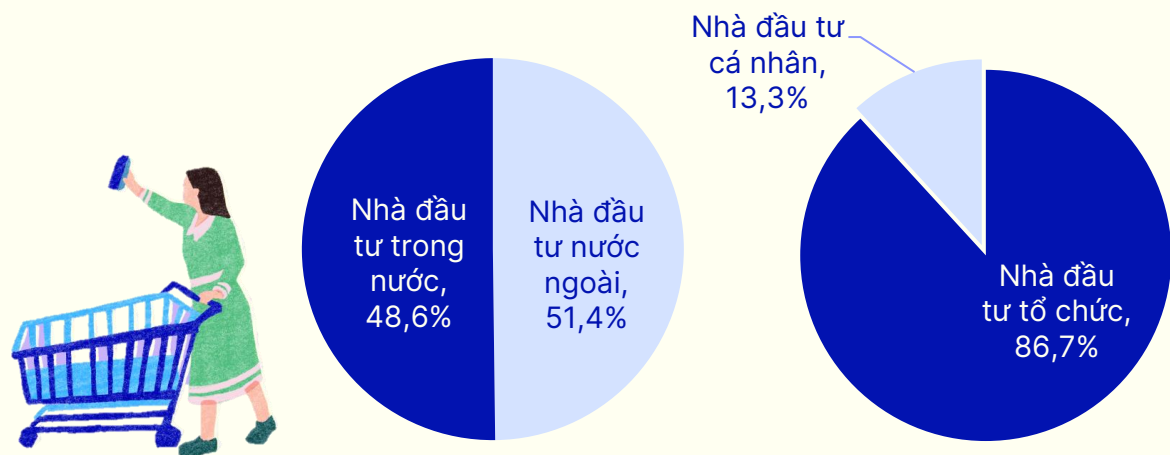
- Không ngừng tìm kiếm các đối tác phù hợp trên toàn thế giới để mang về các nguyên liệu an toàn, đạt chất lượng quốc tế và phương pháp sản xuất tiên tiến nhất.
- Truyền thông chân thật và trực diện về chất lượng nguyên liệu và sản phẩm.
- Chủ động thử thách và hoàn thiện sản phẩm ở chất lượng cao nhất

VỀ Vinamilk

Cổ phiếu cơ thanh khoản cao, cơ cấu cổ đông đa dạng

2006	Niên yết trên sàn GDCK Tp.HCM (HOSE)	4,9 tỷ USD	Vốn hóa ¹
35%	Lượng cổ phiếu trôi nổi ²	100%	Tỷ lệ sở hữu tối đa của nhà đầu tư nước ngoài
11 triệu USD	Giá trị giao dịch bình quân ²	~7,5%	Lợi tức cổ phiếu 1 năm ³

Tỷ lệ sở hữu theo nhóm nhà đầu tư³



STT	Danh sách 20 cổ đông tổ chức lớn nhất ³	Sở hữu (%)
1	State Capital Investment Corporation (SCIC)	36,0%
2	F&N Dairy Investments Pte. Ltd.	22,29% ⁴
3	F&NBev Manufacturing Pte. Ltd.	2,7%
4	Platinum Victory Pte Ltd.	2,51% ⁵
5	Employees Provident Fund Board	1,5%
6	Pzena Emerging Markets Value Fund	1,1%
7	Stichting Depository APG Emerging Markets Equity Pool	1,1%
8	Seafarer Overseas Growth and Income Fund	1,1%
9	Invesco Funds	0,6%
10	Vaneck Vietnam ETF	0,6%
11	Hostplus Pooled Superannuation	0,6%
12	Vietnam Enterprise Investments Limited	0,6%
13	Manulife Co., Ltd (Vietnam)	0,5%
14	Invesco Asian Fund (UK)	0,5%
15	Pension Reserves Investment Trust Fund	0,5%
16	City of New York Group Trust	0,5%
17	Vanguard International Value Fund	0,4%
18	Tianhong Vietnam Thematic Fund(GDII)	0,4%
19	Sei Institutional Investments Trust World Equity Ex-US Fund	0,4%
20	Fubon FTSE Vietnam ETF	0,4%

Ghi chú: ¹Tại ngày 31/12/2025; ²Vinamilk ước tính; ³Tại ngày 18/03/2026. Số lượng cổ phiếu đang lưu hành 2.089.955.445; ⁴Plantinum đã bán 4,6% cho F&N Dairy Investments Pte Ltd vào tháng 12 năm 2025; ⁵Plantinum tiếp tục giảm tỷ lệ sở hữu vào tháng 3/2026



03

Lợi Thế Cạnh Tranh | Củng Cố Vị Thế Dẫn Đầu

A. Chuỗi Giá Trị Tích Hợp Quy Mô Lớn “Từ Trang Trại Đến Cửa Hàng”

B. Thương Hiệu Vững Mạnh & Năng Lực Đổi Mới

C. Quản Trị Doanh Nghiệp & Phát Triển Bền Vững

A. CHUỖI GIÁ TRỊ TÍCH HỢP QUY MÔ LỚN “TỪ TRANG TRẠI ĐẾN CỬA HÀNG”

Lợi thế từ quy mô vượt trội thiết lập rào cản gia nhập cao và khó bị sao chép



A. CHUỖI GIÁ TRỊ TÍCH HỢP QUY MÔ LỚN “TỪ TRANG TRẠI ĐẾN CỬA HÀNG”

Bắt đầu từ nguồn nguyên liệu chất lượng cao...



15

Trang trại quy mô lớn

Nguyên
liệu trong
nước

Độc quyền

Với các hộ nông dân



42.000

Con bò thuần chủng và cao sản

90.500

Con bò địa Phương



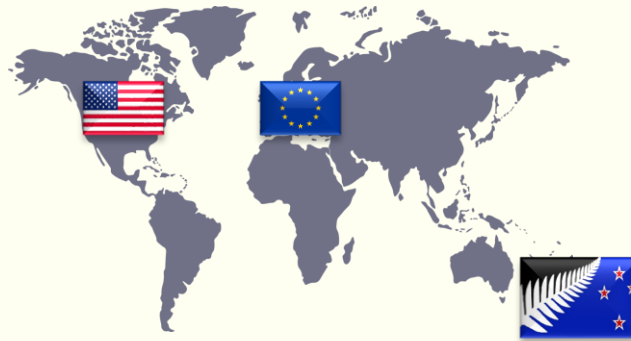
~45%¹

Tự cung cấp

~55%

Nguồn cung bên ngoài

Nguyên
liệu nhập
khẩu



A. CHUỖI GIÁ TRỊ TÍCH HỢP QUY MÔ LỚN “TỪ TRANG TRẠI ĐẾN CỬA HÀNG”

...đến năng lực sản xuất theo tiêu chuẩn quốc tế...

- **Tự động hóa trong nông nghiệp:** cho ăn, làm mát, vắt sữa bằng công nghệ Israel.
- **Cảm biến trên bò:** theo dõi sức khỏe và năng suất vắt sữa

- **Sữa tươi nguyên liệu** được vận chuyển bằng xe bồn lạnh ở nhiệt độ 2-6°C để đảm bảo chất lượng

- **Dây chuyền sản xuất** công nghệ Đức, Ý, Thụy Sĩ
- **Công nghệ hút chân không** sữa tươi, lưu giữ hàm lượng dinh dưỡng cao

- **Công nghệ đóng gói** từ Tetrapak, Bencopack, và SIG Combibloc

- **Hàng tồn kho và tổn thất hư hỏng** được kiểm soát bằng Oracle
- **Vận chuyển tự động** từ kho thông minh bằng robot LGV

- **Hệ thống dữ liệu bán hàng và quản lý tài chính** được tích hợp

A. Lợi thế quy mô & Chuỗi tích hợp “Từ trang trại đến cửa hàng”

...và hệ thống phân phối đa kênh để tiếp cận mọi người tiêu dùng

Kênh truyền thống



Kênh hiện đại



Cửa hàng Vinamilk và TMĐT



Khách hàng đặc biệt



B. Thương Hiệu Vững Mạnh & Năng Lực Đổi Mới

Thương hiệu được người tiêu dùng ở mọi phân khúc yêu thích



B. Thương Hiệu Vững Mạnh & Năng Lực Đổi Mới

Tận dụng vị thế ở phân khúc phổ thông để mở rộng sang phân khúc cao cấp

50

Năm trên thị trường

9/10

Gia đình Việt Nam dùng sản phẩm VNM¹

3/4

Ngành hàng dẫn đầu thị trường

1 | SỮA NƯỚC



2 | SỮA CHUA



3 | SỮA ĐẶC



4 | SỮA CÔNG THỨC



5 | KEM & ĐỒ UỐNG KHÁC



B. Thương Hiệu Vững Mạnh & Năng Lực Đổi Mới

Không ngừng cải tiến để đáp ứng các nhu cầu mới

SẢN PHẨM ĐẶC TRỊ



ĐỒ UỐNG GIẢI KHÁT



ÍT ĐƯỜNG
ÍT BÉO
CAO ĐAM



DỊ ỨNG LACTOSE/
HỮU CƠ



C. Quản Trị Doanh Nghiệp & Phát Triển Bền Vững

Hệ thống quản trị theo thực hành tiên tiến

Hội Đồng Quản Trị



Ông NGUYỄN HẠNH PHÚC
Chủ tịch, Thành viên
HĐQT độc lập

Hơn 40 năm kinh nghiệm
quản lý Nhà nước

Bà Mai Kiều Liên
Thành viên HĐQT,
Tổng Giám đốc

Ông Lê Thành Liêm
Thành viên HĐQT,
GĐDH Khối Tài chính

Ông Michael Chye Hin Fah
Thành viên HĐQT không
điều hành

Ông Vũ Trí Thức
Thành viên HĐQT không
điều hành

Bà Tongjai Thanachanan
Thành viên HĐQT không
điều hành

Bà Đặng Thị Thu Hà
Thành viên HĐQT không
điều hành

Ông Đỗ Lê Hùng
Thành viên HĐQT độc lập

Bà Tiêu Yến Trinh
Thành viên HĐQT độc lập

Ban Điều Hành



Bà MAI KIỀU LIÊN
TGD, 50 năm tại VNM

**Kỹ sư công nghệ
Chế biến sữa, Nga**
TOP50 nữ doanh nhân
quyền lực nhất Châu Á¹

Bà Bùi Thị Hương
• GĐDH Khối Hành chính, Nhân sự, Đối ngoại
• 21 năm tại Vinamilk

Ông Lê Thành Liêm
• GĐDH Khối Tài chính
• 31 năm Vinamilk

Ông Lê Hoàng Minh
• GĐDH Khối Sản xuất
• 34 năm tại Vinamilk

Ông Đoàn Quốc Khánh
• GĐDH Khối Phát triển Vùng nguyên liệu
• 28 năm tại Vinamilk

Ông Nguyễn Quốc Khánh
• GĐDH Khối Nghiên cứu và Phát
Triển
• 38 năm tại Vinamilk

Ông Nguyễn Quang Trí
• GĐDH Khối Marketing
• 11 năm tại Vinamilk

30%

Thành viên HĐQT Độc Lập

40%

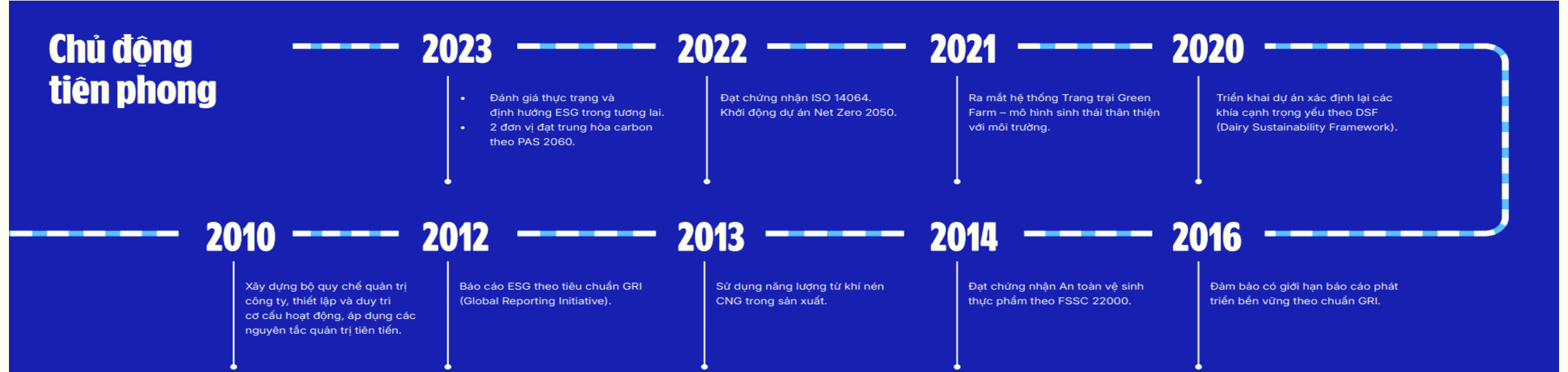
Thành viên HĐQT là nữ

04

Ủy Ban Chức Năng trực thuộc HĐQT
Kiểm Toán, Chiến Lược, Lương Thưởng, Nhân Sự

C. Quản Trị Doanh Nghiệp & Phát Triển Bền Vững

Hành trình phát triển bền vững của chúng tôi



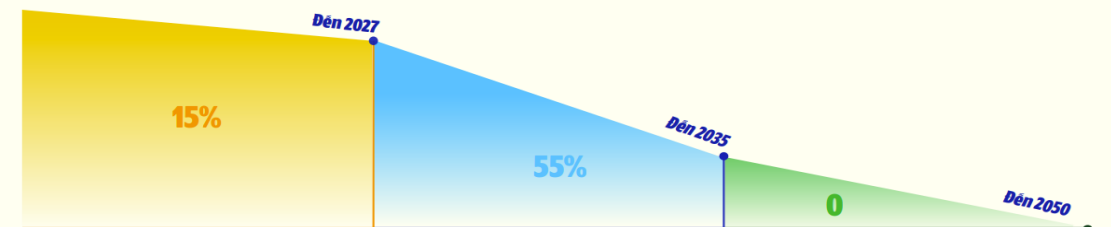
Chuẩn Mục Toàn Cầu



Mục tiêu – Cam kết

- Trở thành 1 trong 30 công ty sữa lớn nhất thế giới.
- Củng cố vị thế dẫn đầu ngành sữa Việt Nam.
- Đi đầu trong đổi mới và sáng tạo.
- Trở thành công ty sữa tạo ra nhiều giá trị nhất tại Đông Nam Á.

Mục tiêu trung hòa phát thải đến năm 2050



- Giảm 15% lượng phát thải khí nhà kính (KNK) - Phạm vi 1&2 và Năm cơ sở 2022
- Giảm 55% lượng phát thải KNK Phạm vi 1, Phạm vi 2 và một phần Phạm vi 3
- Đạt mức phát thải ròng bằng "0"



04

Chiến Lược & Động Lực Tăng Trưởng

Định Hướng Chiến Lược Cho Tăng Trưởng Bền Vững 2022-2026

Chiến lược then chốt để thúc đẩy phát triển giai đoạn tới

01 |



Tối Ưu Hóa Danh Mục & Đổi Mới

Tinh gọn danh mục sản phẩm và thúc đẩy đổi mới nhằm đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng ngày càng thay đổi

02 |



Mở Rộng Thị Trường & Nâng Tầm Thương Mại

Tăng cường hệ thống phân phối đa kênh, nâng cao hiệu quả triển khai kênh bán và mở rộng hiện diện quốc tế

03 |



Hiệu Quả Vận Hành & Chuyển Đổi Số

Nâng cao năng suất thông qua tự động hóa, ra quyết định dựa trên dữ liệu và tối ưu chuỗi cung ứng

04 |



Năng Lực Tổ Chức & Xây Dựng Thương Hiệu

Nâng cao năng lực lãnh đạo và củng cố giá trị thương hiệu nhằm hỗ trợ tăng trưởng dài hạn



KẾ HOẠCH 2026

Tổng Doanh Thu

66.477

+ 4,3% YoY

LNTT

12.197

+ 4,7% YoY

LNST

9.828

+ 4,4% YoY

Thị Trường Quốc Tế

Được tin cậy tại 65 quốc gia và vùng lãnh thổ

XUẤT KHẨU

Đóng góp doanh thu¹

14,4%

Thị trường chính

65 quốc gia
(Trung Đông, Châu Phi, Đông Nam Á...)

Vị thế cạnh tranh

Dẫn đầu²
Ở các thị trường chủ chốt

Sản phẩm thương mại

Sữa công thức, Sữa đặc

CHI NHÁNH NƯỚC NGOÀI DO VINAMILK SỞ HỮU 100%

ANGKORMILK

DRIFTWOOD

10,8%

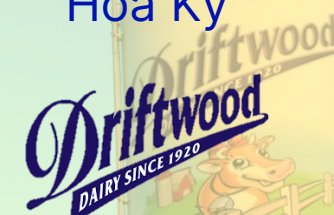
Campuchia



Công ty sản xuất sữa quy mô lớn nhất²

Sữa dinh dưỡng, Sữa chua và Sữa đặc

Hoa Kỳ



Thương hiệu sữa 100 năm tuổi với trường học và kênh HORECA

Sản phẩm sữa

Liên Doanh Mới

JVL – Giá trị cộng hưởng giữa trang trại sữa & kinh doanh thịt bò

Tiến độ

Nhà máy hoàn thành Q4/2024
Trang trại hoàn thành Q2/2025
Đã bắt đầu phân phối sản phẩm

Lợi thế cạnh tranh

1. Vinamilk: Đàn bò chất lượng cao
2. Villico: Quỹ đất có sẵn
3. Sojitz: Nhiều kinh nghiệm kinh doanh thịt bò

Cơ cấu sở hữu

Vinamilk
EST 1976

70%



51%

JVL

49%



Sản phẩm chính

Thịt bò mát & thịt chế biến

Tổng vốn góp

3.000 tỷ đồng
(đã góp đầy đủ)

Quy mô thị trường²

4,8 tỷ USD



The image shows the Vinamilk logo mounted on a blue corrugated metal wall. The logo consists of the word "Vinamilk" in a large, white, sans-serif font with a registered trademark symbol (®) at the top right. Below the main text, the words "EST" and "1976" are displayed in a smaller, white, sans-serif font, positioned to the left and right of the main text respectively. The wall has a vertical ribbed texture, and the background above the wall shows a glass railing and some greenery.

Vinamilk[®]
EST 1976

05

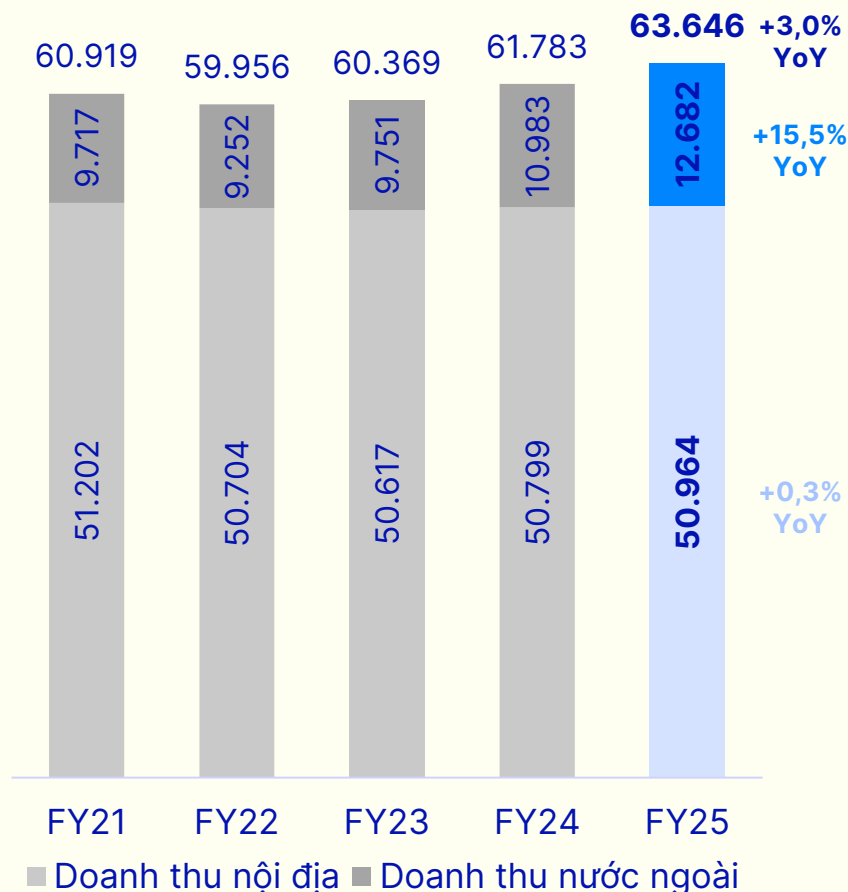
Kết Quả Tài Chính & Thu Nhập Cổ Đông

Điểm Nhấn Kết Quả Kinh Doanh

Lợi thế cạnh tranh đảm bảo tăng trưởng ổn định với biên lợi nhuận vượt trội...

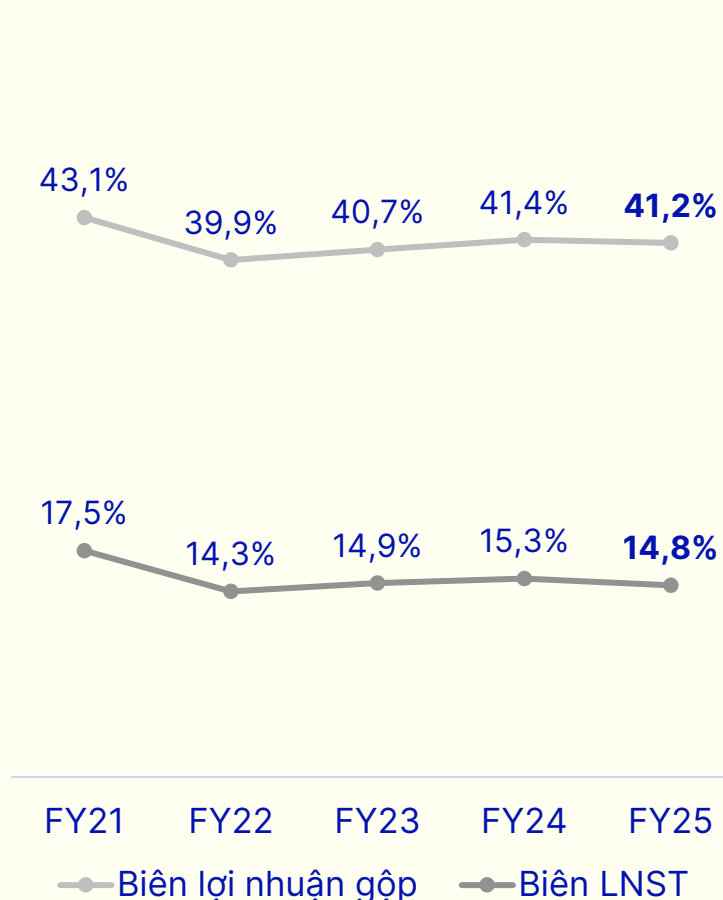
DOANH THU

Vững vàng giữa nhiều thách thức vĩ mô



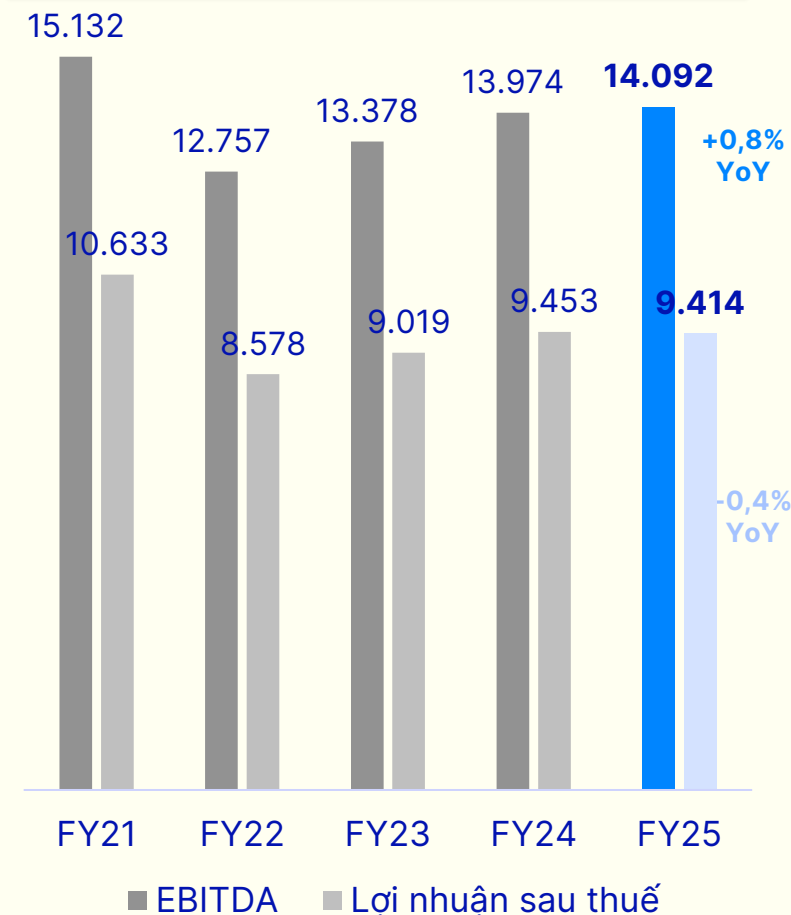
BIÊN LỢI NHUẬN

Hưởng lợi từ việc tối ưu chi phí



LỢI NHUẬN

Duy trì đà tăng trưởng ổn định gần đây



Kết Quả Mới Nhất

Tóm tắt kết quả kinh doanh Q1/2026

Các khoản mục BCTC	Q1/2026	Q1/2025	% tăng/ giảm
Doanh thu thuần	16.149	12.958	↑ 24,6%
- Trong nước	12.080	10.032	↑ 20,4%
- Nước ngoài	4.069	2.926	↑ 39,1%
Lợi nhuận gộp	6,896	5,194	↑ 32,8%
<i>% Biên LNG</i>	<i>42.7%</i>	<i>40.1%</i>	<i>+ 2,6%</i>
Lợi nhuận sau thuế	2,458	1,587	↑ 54,9%
<i>% Biên LNST</i>	<i>15.2%</i>	<i>12.2%</i>	<i>+ 3,0%</i>
EBITDA	3,670	2,538	↑ 44,6%
<i>% Biên EBITDA</i>	<i>22.7%</i>	<i>19.6%</i>	<i>+ 3,1%</i>
EPS (đồng/cổ phiếu)	1.051	674	↑ 55.9%
<i>% Hoàn thành kế hoạch doanh thu</i>	<i>24,3%</i>		
<i>% Hoàn thành kế hoạch LNST</i>	<i>25,0%</i>		

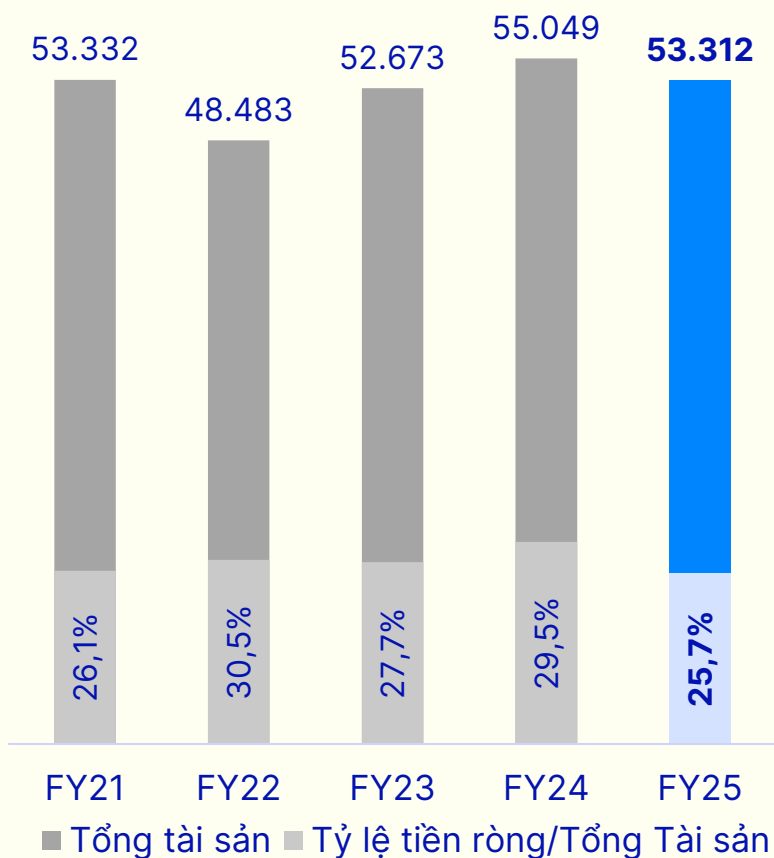
Bảng Cân Đối Kế Toán & Dòng Tiền

...và mang lại thu nhập dồi dào cho các cổ đông

DÒNG TIỀN

Bảng CĐKT khỏe mạnh có thanh khoản cao

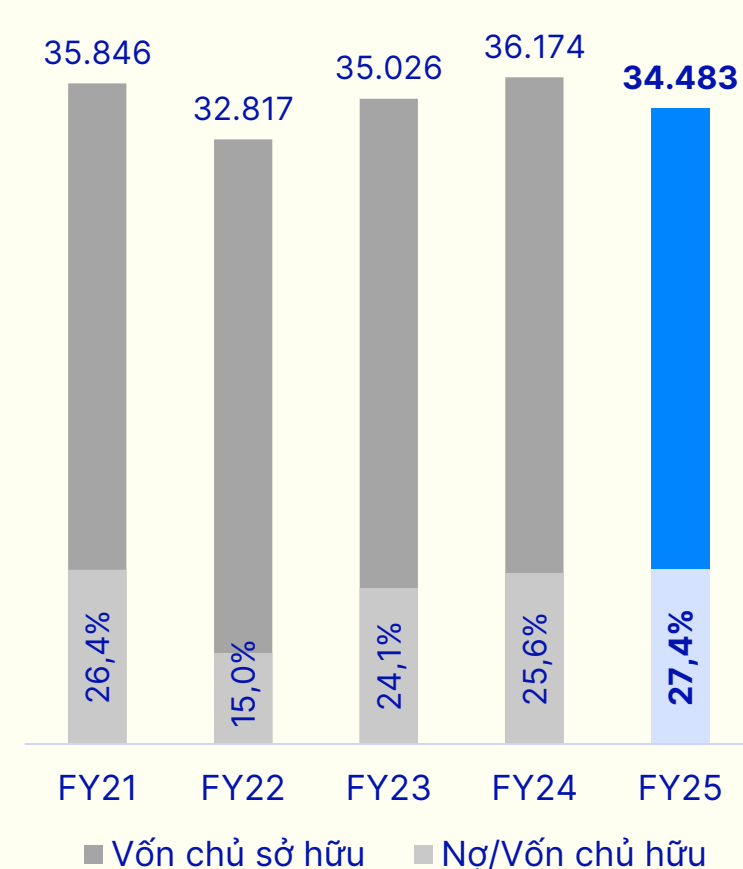
(Năm tài chính kết thúc ngày 31/12)



ĐÒN BẮY TÀI CHÍNH

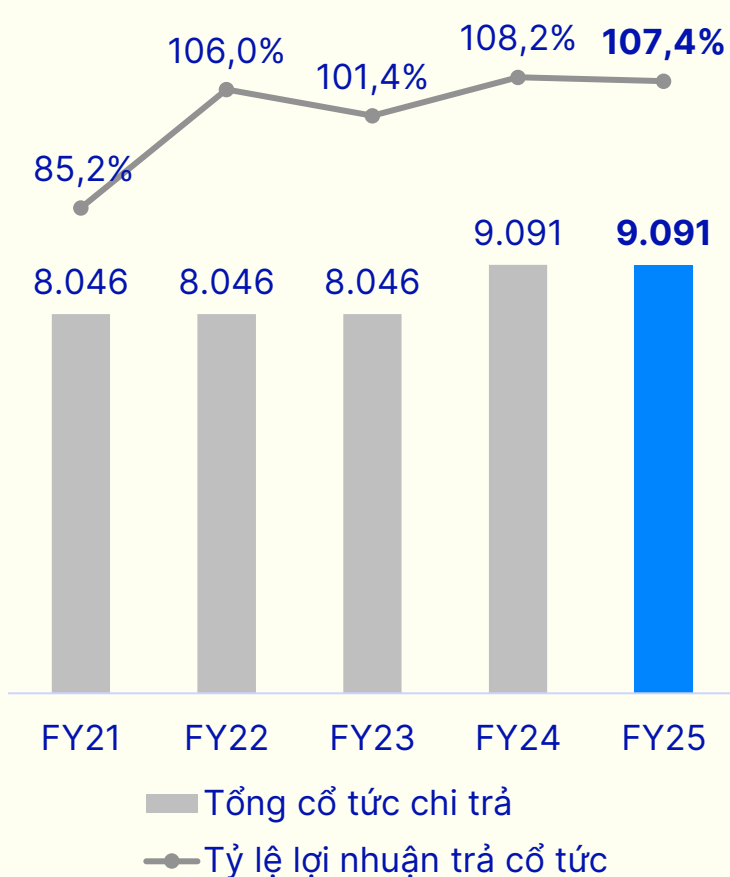
Cơ cấu vốn an toàn

(Năm tài chính kết thúc ngày 31/12)



CỔ TỨC

Chính sách cổ tức cao





Liên hệ

<https://www.vinamilk.com.vn/>



Cổ đông & Quan hệ Nhà đầu tư

*Trần Chí Sơn, Trưởng BP Tài chính/Thư
Kí Công ty*

tcsn@vinamilk.com.vn

Phạm Anh Tuấn, Chuyên viên IR

patuan2@vinamilk.com.vn

Media, PR:

Đỗ Thanh Tuấn, Giám đốc PR

dothanhtuan@vinamilk.com.vn

Một số báo cáo trong bài Thuyết trình có thể bao gồm “các nhận định trong tương lai”, bao gồm cả thông tin tài chính dự phóng. Các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng này chứa đựng các rủi ro đã biết và chưa biết, các yếu tố không chắc chắn và các yếu tố khác có thể khiến kết quả thực tế, hiệu suất hoặc thành tích của Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam (“VNM” hoặc “Công ty”), hoặc các kết quả ngành, có sự khác biệt trọng yếu so với bất kỳ kết quả, hiệu suất hoặc thành tích nào trong tương lai được thể hiện hoặc ngụ ý bởi các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng. Các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng dựa trên nhiều giả định liên quan đến chiến lược kinh doanh hiện tại và tương lai của VNM và môi trường mà VNM sẽ hoạt động trong tương lai. Vì những báo cáo và thông tin tài chính này phản ánh quan điểm hiện tại của VNM về các sự kiện trong tương lai, những báo cáo và thông tin tài chính này có chứa đựng rủi ro, sự không chắc chắn và các giả định. Kết quả thực tế trong tương lai có thể khác biệt trọng yếu với các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng này.

VNM từ chối mọi nghĩa vụ hoặc cam kết phát hành công khai bất kỳ cập nhật hoặc sửa đổi nào đối với bất kỳ tuyên bố hoặc thông tin tài chính dự phóng được đề cập trong bài Thuyết trình này để phản ánh bất kỳ thay đổi nào trong các kỳ vọng của VNM đến bất kỳ thay đổi nào trong các sự kiện, điều kiện hoặc hoàn cảnh mà các tuyên bố hoặc thông tin được dựa trên.

Bài Thuyết trình này bao gồm dữ liệu thị trường và ngành và dự báo thu được từ khảo sát nội bộ, báo cáo và các nghiên cứu phù hợp, cũng như nghiên cứu thị trường, thông tin có sẵn công khai và các ấn phẩm ngành. Các ấn phẩm ngành, khảo sát và dự báo nhìn chung nói rằng thông tin họ cung cấp được lấy từ các nguồn được cho là đáng tin cậy, nhưng không thể đảm bảo tính chính xác hoặc đầy đủ của thông tin được sử dụng. Mặc dù VNM đã thực hiện các bước hợp lý để đảm bảo rằng thông tin được trích xuất chính xác và trong bối cảnh phù hợp, nhưng VNM chưa xác minh độc lập bất kỳ dữ liệu nào từ các nguồn của bên thứ ba hoặc xác định các giả định kinh tế cơ bản liên quan.